

IBM Interaction History y Attribution Modeler
Versión 9 Release 0
15 de enero de 2013

Guía del usuario



Nota

Antes de utilizar esta información y el producto al que da soporte, lea la información del apartado “Avisos” en la página 11.

Esta edición se aplica a la versión 9, release 0, modificación 0 de IBM Interaction History y a todos los releases y modificaciones subsiguientes hasta que se indique lo contrario en nuevas ediciones.

© Copyright IBM Corporation 2011, 2013.

Contenido

Capítulo 1. Utilización de informes de IBM Interaction History 1

Filtros de informes	1
Referencia de filtros de informe	1
Normalización.	2
Procedimiento para ver informes estándar	3
Resumen de canales	3
Resumen de canales basado en el tiempo	3
Resumen de campañas de canal	4
Campaña de canal a lo largo del tiempo	4
Resumen de segmentos de canal.	4
Segmento de canal a lo largo del tiempo	4
Análisis de canal de segmento	5
Análisis de segmentos basados en el tiempo	5
Resumen de ofertas de canal	5
Oferta de campaña de canal	5

Resumen de solapamiento de canal.	6
---	---

Capítulo 2. Utilización de informes de IBM Attribution Modeler 7

Atribución de canal	7
Atribución de campaña de canal.	7
Atribución de oferta	8
Atribución de tipo de respuesta	8

Cómo ponerse en contacto con el soporte técnico de IBM 9

Avisos 11

Marcas registradas	13
------------------------------	----

Capítulo 1. Utilización de informes de IBM Interaction History

Combinando datos de diversos orígenes (en línea y fuera de línea) en un único repositorio, Interaction History y Attribution Modeler entregan visualizaciones exclusivas en comunicaciones de canal cruzado y actividad de cliente.

Attribution Modeler aplica técnicas de atribución de respuesta avanzada, como Atribución de respuesta deducida estadísticamente (SIRA), que permite la planificación mixta de marketing optimizado.

Filtros de informes

Cuando accede a informes de Interaction History, puede cambiar los datos que muestran los informes seleccionando los tres tipos de filtros siguientes.

- Filtros de fecha - Limitar los datos utilizados en el informe a un rango o ventana de fecha especificado.
- Filtro de atribución - Seleccionar entre varios métodos de atribución para determinar cómo se otorga crédito a respuestas.
- Filtros de campaña - Seleccionar entre las campañas del sistema y aplicar criterios adicionales basados en la audiencia, el tipo de respuesta y la categoría de respuesta.

El resto de esta sección describe los filtros de forma más detallada.

Referencia de filtros de informe

Filtros de fecha

Campo	Descripción
Seleccionar tipo	• Rango de fechas - Seleccione una fecha de inicio y de finalización. • Ventana de fecha - Seleccione entre las opciones siguientes. – Anual hasta la fecha - Utilice todos los datos desde el inicio del año natural actual hasta el día actual. – Trimestral hasta la fecha - Utilice los datos desde el inicio del trimestre actual hasta el día actual. – Mensual hasta la fecha - Utilice los datos desde el inicio del mes actual hasta el día actual. – Últimos n días - Utilice los datos desde los n días más recientes (las opciones son 7, 15, 30, 60 o 90 días).

Filtro de atribución

Campo	Descripción
Método de atribución	• SIRA (Atribución de respuesta inferida estadísticamente) - Utilice un modelo estadístico que asigna ponderaciones diferentes a actividades de marketing que ocasionan respuestas del cliente. • Directo: da crédito a cualquier actividad conocida por haber obtenido directamente la respuesta que se está atribuyendo. Por ejemplo, si un cliente realiza una compra en su sitio web, pero presenta un código de cupón que ha recibido en un medio impreso, el método de atribución Directo le ofrece todo el crédito al cupón. • Primer impacto - Da crédito a la primera actividad que ha presentado la oferta. • Último impacto - Da crédito a la actividad más reciente (última actividad) que ha presentado la oferta. • Crédito igual - Da el mismo crédito a todas las actividades que han presentado la oferta.

Filtros de campaña

Campo	Descripción
Campañas	Se listan las campañas del sistema. El historial de contactos y de respuestas de las campañas que ha seleccionado se utilizan en el informe.
Audiencia	Las audiencias utilizadas en el sistema se listan como opciones.
Tipo de respuesta	Los tipos de respuesta se listan como opciones.
Categoría de respuesta	Los campos definidos por el usuario correlacionados como Categorías de respuesta en Interaction History se listan como opciones.

Normalización

Cuando trabaja con informes, si selecciona un filtro que no sea Todas las campañas en los filtros de campaña, tiene la opción de normalizar puntuaciones. La normalización siempre se realiza en el nivel de campaña.

Por ejemplo, si selecciona 2 de 3 campañas disponibles y elige normalizar puntuaciones, se normalizarán los Ingresos y la Respuesta para las campañas seleccionadas. Los Ingresos y la Respuesta para todas las campañas (3) se distribuyen entre las campañas seleccionadas según una proporción (entre campañas seleccionadas y todas las campañas).

Los cálculos para este ejemplo se muestran a continuación.

Nombre de campaña	Ingresos
Campaña1	1000
Campaña2	2000
Campaña3	3000

Nombre de campaña	Ingresos
Total	6000

- Si selecciona Campaña1 y Campaña2 y establece Normalización en No, los ingresos para Campaña1 y Campaña son 1000 y 2000.
- Si selecciona Campaña1 y Campaña2 y establece Normalización en Sí, se utilizan los valores siguientes.
 - Los ingresos para Campaña1 son $(1000/(1000+2000)) \times 6000$, igual a 2000.
 - Los ingresos para Campaña2 son $(2000/(1000+2000)) \times 6000$, igual a 4000.
 - La suma de los ingresos para ambas campañas es 6000.

Procedimiento para ver informes estándar

1. Inicie sesión en IBM® EMM.
2. Pulse **Herramientas de análisis y Herramientas de análisis de Interaction History** y pulse la pestaña IH.
3. Pulse el enlace **Informes de Attribution Modeller o Informes de Cross Channel**.
4. Pulse el nombre del informe que desea ver.
5. Aplique los filtros según desee.

Resumen de canales

El informe Resumen de canales muestra los datos siguientes de cada canal.

- Número de campañas
- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Resumen de canales basado en el tiempo

El informe Resumen de canales basado en el tiempo muestra los datos siguientes de cada canal para cada trimestre del calendario.

- Número de campañas
- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Resumen de campañas de canal

El informe Resumen de campañas de canal muestra los datos siguientes de cada canal para cada campaña.

- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Campaña de canal a lo largo del tiempo

El informe Campaña de canal a lo largo del tiempo muestra los datos siguientes de cada canal para cada campaña, cada trimestre.

- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Resumen de segmentos de canal

El informe Resumen de segmento de canal muestra los datos siguientes para cada canal.

- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Segmento de canal a lo largo del tiempo

El informe Segmento de canal a lo largo del tiempo muestra los datos siguientes de cada canal para cada segmento (o celda), cada trimestre.

- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Análisis de canal de segmento

El informe Análisis de canal de segmento muestra los datos siguientes de cada canal para cada segmento (o celda).

- Número de campañas
- Número de interacciones
- Número medio de días entre interacciones
- Número medio de interacciones antes de una respuesta
- Cantidad media de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Análisis de segmentos basados en el tiempo

El informe de análisis de segmentos basados en el tiempo muestra los datos siguientes de cada segmento (o celda), para cada trimestre.

- Número de campañas
- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Resumen de ofertas de canal

El informe Resumen de oferta de canal muestra los datos siguientes de cada oferta en cada canal.

- Número de campañas
- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos
- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Oferta de campaña de canal

El informe Oferta de campaña de canal muestra los siguientes datos sobre cada oferta de la campaña en cada canal.

- Número de interacciones
- Número de respuestas
- Porcentaje de respuestas
- Ingresos

- Ingresos medios por respuesta
- Coste por respuesta
- Retorno de la inversión (ROI)

Resumen de solapamiento de canal

El informe resumen de solapamiento de canal muestra los datos siguientes de cada campaña en cada canal.

- Porcentaje de solapamiento - Número total de clientes exclusivos contactados por ambos canales (como se muestra en la fila y columna) dividido por el número total de clientes exclusivos contactados mediante uno de los canales.
- Número de interacciones
- Número de respuestas

Capítulo 2. Utilización de informes de IBM Attribution Modeler

IBM Attribution Modeler utiliza un método estadístico para determinar qué contactos con los clientes crean o contribuyen a una respuesta del cliente. Attribution Modeler se integra con IBM Interaction History para utilizar todos los registros de contactos y respuestas disponibles entre varios canales.

Attribution Modeler le ayuda a mejorar sus esfuerzos de marketing como se describe a continuación.

- Dando crédito a los éxitos de marketing anteriores en las actividades de marketing que conducen a estos éxitos
- Previendo qué actividades de marketing es más probable que conduzcan a éxitos de marketing futuros

Cada interacción se categoriza como una de las siguientes.

- Un estímulo (por ejemplo, una oferta enviada a un cliente por correo electrónico)
- Una respuesta (por ejemplo, una compra basada en la web realizada por un cliente)
- Un estímulo y una respuesta (por ejemplo, una página web que se proporciona cuando un cliente responde a un estímulo y que también intenta estimular una respuesta adicional)

Los datos de interacción de audiencia sin formato proporcionan, por audiencia, una línea temporal de las interacciones de la audiencia. Attribution Modeler modela las respuestas a lo largo del tiempo según una ley de potencias. Esto es más exacto que los métodos de atribución tradicionales, que normalmente categorizan los contactos como primero, último, promedio o todos.

Para los miembros de audiencia cuya línea temporal de interacciones incluye una o más respuestas, Attribution Modeler utiliza Atribución de respuesta inferida estadísticamente (SIRA) para asignar crédito proporcional entre los estímulos que conducen a cada una de estas respuestas.

Atribución de canal

El informe Atribución de canal calcula datos para canales seleccionados. Después de elegir el tiempo de contacto en el Filtro de fecha, elija también un Método de atribución y dos KPI (indicadores de rendimiento clave). Las campañas se pueden seleccionar independientemente de los canales. El botón "Mostrar campañas de los canales seleccionados" renueva la lista de campañas para los canales seleccionados.

Atribución de campaña de canal

El informe Atribución de campaña de canal proporciona datos para las campañas seleccionadas. Si selecciona los cinco métodos de atribución, los gráficos están codificados por el color. Las cinco atribuciones entre las que puede elegir son Directa, Primer impacto, Último impacto, Coste igual y SIRA. Puede elegir un máximo de dos KPI.

Atribución de oferta

El informe Atribución de oferta calcula los datos seleccionados mediante el filtro de oferta. Puede elegir entre todas las ofertas del sistema o sólo las ofertas de las campañas seleccionadas. Si elige las ofertas para campañas seleccionadas, debe seleccionar las campañas en el filtro de campaña.

Atribución de tipo de respuesta

El informe Atribución de tipo de respuesta calcula los datos para dos tipos de respuesta: consultas y compras. El gráfico proporciona información sobre canales, campañas y sus respuestas (porcentaje de respuestas y número de respuestas). El Filtro de tipo de respuesta le permite elegir el tipo de respuesta, así como la audiencia y la categoría de respuesta. Tiene la opción de restablecer los filtros o aplicar los filtros. En función de la opción de KPI, el gráfico puede correlacionar el porcentaje de retorno de la inversión por tipo de respuesta.

Cómo ponerse en contacto con el soporte técnico de IBM

Si tiene problemas que no pueda resolver consultando la documentación, la persona responsable del contacto con el servicio de soporte técnico en su empresa puede registrar una llamada al soporte técnico de IBM . Utilice la información que se proporciona en esta sección para garantizar que su problema se pueda resolver de manera eficaz y satisfactoria.

Si usted no es una de las personas responsables del contacto con el servicio de soporte técnico en su empresa, póngase en contacto con el administrador de IBM para obtener información.

Información que debe recopilarse

Antes de ponerse en contacto con el soporte técnico de IBM , recopile la información siguiente:

- Una breve descripción de la naturaleza del problema.
- Mensajes de error detallados que aparecen cuando ocurre el error.
- Los pasos detallados para reproducir el problema.
- Los archivos de registro, archivos de sesión, archivos de configuración y archivos de datos relacionados.
- Información sobre el producto y el entorno del sistema, que puede obtener como se describe en "Información del sistema."

Información del sistema

Al llamar al soporte técnico de IBM , es posible que se le pida que proporcione información acerca de su entorno.

Si el problema no le impide iniciar la sesión, gran parte de esta información estará disponible en la página Acerca de, que proporciona información sobre las aplicaciones instaladas de IBM .

Puede acceder a la página Acerca de seleccionando **Ayuda > Acerca de**. Si no se puede acceder a la página Acerca de, puede obtener el número de versión de cualquier aplicación de IBM visualizando el archivo `version.txt` que se encuentra en el directorio de instalación de cada aplicación.

Información de contacto para el soporte técnico de IBM

Para informarse sobre cómo ponerse en contacto con el soporte técnico de IBM , consulte el sitio web de Soporte técnico de productos de IBM :
(<http://www.unica.com/about/product-technical-support.htm>).

Avisos

Esta información se ha desarrollado para productos y servicios ofrecidos en EE.UU.

Es posible que IBM no ofrezca los productos, servicios o características que se tratan en este documento en otros países. Consulte al representante local de IBM para obtener información sobre los productos y servicios disponibles actualmente en su zona. Cualquier referencia hecha en esta publicación a un producto, programa o servicio de IBM no pretende indicar ni implica que sólo se pueda utilizar este producto, programa o servicio de IBM. En su lugar, se puede utilizar cualquier producto, programa o servicio funcionalmente equivalente que no infrinja ninguno de los derechos de propiedad intelectual de IBM. Sin embargo, es responsabilidad del cliente evaluar y verificar el funcionamiento de cualquier producto, programa o servicio que no sea de IBM.

IBM puede tener patentes o solicitudes de patentes pendientes que cubran la materia descrita en este documento. El suministro de este documento no le otorga ninguna licencia sobre dichas patentes. Puede realizar consultas sobre licencias escribiendo a:

IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive
Armonk, NY 10504-1785
EE.UU.

Para consultas sobre licencias relacionadas con información de doble byte (DBCS), póngase en contacto con el departamento de propiedad intelectual de IBM de su país o envíe sus consultas, por escrito, a:

Intellectual Property Licensing
Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd.
1623-14, Shimotsuruma, Yamato-shi
Kanagawa 242-8502 Japón

El párrafo siguiente no se aplica al Reino Unido ni a ningún otro país donde estas disposiciones sean incompatibles con la legislación local: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION PROPORCIONA ESTA PUBLICACIÓN TAL CUAL, SIN NINGÚN TIPO DE GARANTÍA, EXPLÍCITAS NI IMPLÍCITAS, INCLUYENDO PERO NO LIMITÁNDOSE A ELLAS, LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE NO VULNERACIÓN, COMERCIALIZACIÓN O IDONEIDAD PARA UN PROPÓSITO DETERMINADO. Algunas legislaciones no contemplan la declaración de limitación de responsabilidad, ni implícita ni explícita, en determinadas transacciones, por lo que cabe la posibilidad de que esta declaración no sea aplicable en su caso.

Esta información puede contener imprecisiones técnicas o errores tipográficos. Periódicamente se efectúan cambios en la información aquí contenida; estos cambios se incorporarán en nuevas ediciones de la publicación. IBM puede realizar en cualquier momento mejoras o cambios en los productos o programas descritos en esta publicación sin previo aviso.

Cualquier referencia en este documento a sitios web que no son de IBM se proporciona únicamente para su comodidad y no significa en modo alguno que se recomiende dichos sitios web. Los materiales de dichos sitios web no forman parte de los materiales para este producto de IBM y el uso de dichos sitios web corre a cuenta y riesgo del usuario.

IBM puede utilizar o distribuir la información que se le proporcione del modo que considere adecuado sin incurrir por ello en ninguna obligación con el remitente.

Los titulares de licencias de este programa que deseen información del mismo con el fin de permitir: (i) el intercambio de información entre los programas creados de forma independiente y otros programas (incluido éste) y (ii) el uso mutuo de la información intercambiada, deben ponerse en contacto con:

IBM Corporation
170 Tracer Lane
Waltham, MA 02451
EE.UU.

Esta información podría estar disponible, de acuerdo con los términos y condiciones correspondientes, incluyendo en algunos casos el pago de una tarifa.

El programa bajo licencia descrito en este documento y todo el material bajo licencia disponible se proporcionan bajo los términos de IBM Customer Agreement, IBM International Program License Agreement o cualquier otro acuerdo equivalente entre IBM y el cliente.

Los datos de rendimiento incluidos aquí se determinaron en un entorno controlado. Por lo tanto, los resultados que se obtengan en otros entornos operativos pueden variar significativamente. Es posible que algunas mediciones se hayan realizado en sistemas en nivel de desarrollo y no existe ninguna garantía de que esas mediciones vayan a ser iguales en los sistemas disponibles generalmente. Además, es posible que algunas mediciones se hayan estimado mediante extrapolación. Los resultados reales pueden variar. Los usuarios de este documento deben verificar los datos aplicables a su entorno específico.

La información relativa a productos que no son de IBM la han proporcionado los proveedores de dichos productos, sus anuncios publicados u otras fuentes disponibles públicamente. IBM no ha probado esos productos y no puede confirmar la precisión de su rendimiento, su compatibilidad ni ningún otro aspecto. Las preguntas relativas a las prestaciones de los productos que no son de IBM deberán dirigirse a los proveedores de dichos productos.

Todas las declaraciones relativas a la dirección o intención futura de IBM están sujetas a cambios o anulación sin previo aviso y representan únicamente metas y objetivos.

Todos los precios de IBM mostrados son precios de venta al detalle sugeridos por IBM, son actuales y están sujetos a cambio sin previo aviso. Los precios de los distribuidores pueden variar.

Esta información contiene ejemplos de datos e informes utilizados en operaciones empresariales cotidianas. Para ilustrarlos de la forma más completa posible, los ejemplos incluyen nombres de personas, empresas, marcas y productos. Todos estos nombres son ficticios y cualquier similitud con nombres y direcciones de empresas reales es pura coincidencia.

LICENCIA DE COPYRIGHT:

Esta información contiene programas de aplicación de muestra en lenguaje fuente que ilustran las técnicas de programación en diversas plataformas operativas. Puede copiar, modificar y distribuir estos programas de muestra de cualquier forma sin pagar ninguna cuota a IBM, para fines de desarrollo, uso, marketing o distribución de programas de aplicación que se ajusten a la interfaz de programación de aplicaciones de la plataforma operativa para la que se han escrito los programas de muestra. Estos ejemplos no se han sometido a pruebas exhaustivas bajo todas las condiciones. Por lo tanto, IBM no puede garantizar ni dar por supuesta la fiabilidad, la capacidad de servicio ni la funcionalidad de estos programas. Los programas de muestra se proporcionan "TAL CUAL", sin ningún tipo de garantía. IBM no será responsable de ningún daño como consecuencia del uso que haga el usuario de los programas de muestra.

Si está visualizando esta información en copia software, es posible que no se visualicen las fotografías e ilustraciones en color.

Marcas registradas

IBM, el logotipo de IBM e ibm.com son marcas registradas de International Business Machines Corp., registradas en muchas jurisdicciones en todo el mundo. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM u otras empresas. Una lista actual de marcas registradas de IBM está disponible en el sitio web "Copyright and trademark information" (Información de copyright y marcas registradas) en www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.



Impreso en España